

*Прудникова О. В.*

Кандидат філософських наук, асистент кафедри культурології  
Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого,

## ДО ПРОБЛЕМИ ТИПОЛОГІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Розглянуті окремі критерії класифікації інформаційної культури. Показано, що інформаційно-комунікативна культура — це феномен, що історично розвивається, кожна епоха породжує свої способи інформаційно-комунікативної діяльності, яким відповідає своя форма інформаційно-комунікативної культури.

Ключові слова: культура, інформаційна культура, комунікація, інформація.

Постановка проблеми. Розуміння сутності інформаційної культури неможливе поза її типологізацією. Процедура її типологізації є важливим кроком у дослідженні інформаційної культури, конче необхідним для отримання теоретичної моделі досліджуваного феномена.

Аналіз наукових джерел і публікацій свідчить, що у сучасній науці існує кілька класифікацій культури взагалі та інформаційної культури зокрема. Усі вони розрізняються за тими принципами та критеріями, які лежать в їх основі.

Виходячи з цього, метою статті є спроба визначити найбільш значущі критерії класифікації інформаційної культури, розглядаючи останню як соціокультурний феномен, що історично розвивається й видозмінюється.

Типологія можлива за історичним принципом, за яким типи комунікативної культури відповідають певному історичному періоду розвитку суспільства [1–4].

Ще одна класифікація пов'язана з наявністю локальних культур — для різних національних і регіональних товариств будуть властиві неоднакові типи інформаційної культури. Ця типологізація виділяє специфічні норми й моделі інформаційної діяльності, поширеність конкретних інформаційних засобів, пов'язуючи їх з менталітетом, географічними детермінантами, історичними традиціями даного суспільства. Зазвичай

тут акцентується на наступних феноменах: національній мові й національній літературі, священних і класичних літературних творах, священних і класичних мовах (найчастіше мертвих), використанні ієрогліфічного листа або листа на основі фонетичного алфавіту тощо [5–7].

Згідно з характером політичних режимів можна виділити: по-перше, демократичну, відкриту інформаційну культуру, для якої властива установка на децентралізовані, горизонтальні комунікації, коли всі комуніканти є активними, на діалог як декларований ідеал, на розвинутому структурі зворотного зв'язку між усіма компонентами суспільства; по-друге, тоталітарну, закриту, монологічну інформаційну культуру. Для останньої характерно домінування ієрархічної комунікації, централізованої структури соціальних комунікацій, контроль за всіма рівнями інформаційної діяльності у формі цензури, перлюстрація листів і прослуховування телефонних розмов, високий ступінь заборон на контакти за межами даного суспільства (спільноти) [8–10].

Можлива типологізація інформаційної культури за місцем знаходження (проживання) певних локальних спільнот [11–12]. Місце проживання (топос) накладає відбиток на інформаційну культуру в силу тих чи інших звичок, хоча тут необхідно враховувати фактори етнічного та історичного порядку. Інфраструктура мегаполісу, провінційного міста, села будуть різнитися, отже, і характер інформаційної культури буде іншим. Крім того, не можна забувати про вміння, навички, звички, соціальні очікування і зразки для наслідування при здійсненні інформаційної діяльності та комунікації. Наприклад, сільська інформаційна культура ґрунтується на тому, що люди живуть відносно невеликими спільнотами, всі один одного знають і всі до всіх мають справу. Загальновідомо, що в невеликих спільнотах інформаційно-комунікативне дистанціювання долається швидше. У разі ж вираження людиною ознак дискомфорту, у неї поцікавляється, чи не потрібна допомога, і у випадку необхідності її нададуть. Приватне життя індивіда в такому середовищі є досить прозорим для інших членів спільноти. При цьому, інформаційні процеси як усередині невеликого співтовариства так і з зовнішнім світом є менш активними, на відміну від спільнот мегаполісів. В останніх відзначається інтенсифікація кількості, різноманітності і напруги інформаційної діяльності, падіння співчутливості, довіри і глибини комунікування. При цьому, приватне життя соціального суб'єкта вважається забороненим для стороннього інтересу, за винятком публічних діячів.

Урбаністична культура, на відміну від сільської, характеризується більш високою інтенсивністю комунікаційних потоків і їх нестійкістю, що відзначає у своєму аналізі сучасного суспільства Е. Тоффлер [13, с. 56].

Ми будемо дотримуватися типологізації, яка заснована на системно-діяльнісному підході. Вибір системоутворюючим принципом поняття інформаційної діяльності дозволяє представити систему інформаційної культури як суперечливу єдність її ключових видів, якими виступають: масова інформаційна культура, спеціалізована (професійна) інформаційна культура і особистісна інформаційна культура. Кожен з цих типів культури відповідає типу інформаційної діяльності, спрямованої на задоволення відповідних комунікативних потреб.

У літературі досить обґрунтованою є точка зору, згідно з якою існують потреби в масових, спеціалізованих і особистісних соціальних інформаційних комунікаціях [14–16]. Спираючись на це положення, виділимо як основні наступні типи: масову, спеціалізовану й особистісну інформаційну культуру.

Масова інформаційна культура забезпечує діалектичну єдність і диференційованість суспільства в цілому, можливість для взаємодії безлічі різних соціальних суб'єктів в єдиній соціальній структурі. «Масовизація» взаємодії у соціальній системі підтримується завдяки таким елементам, як мережі масових інформаційних каналів, наявність спеціальних груп посередників сучасного суспільства — журналістів друкованих видань, працівників телебачення, кіноіндустрії, радіо, електронних мереж, бібліотек, книговидавництва і книжкової торгівлі.

Масова інформаційна культура розглядається нами як наявність у даному конкретному суспільстві розвинених інформаційних мереж та індустрії, що задовольняють потреби людей у масовій, спеціалізованій та особистісній інформаційній комунікації. Така культура вимагає високого рівня розуміння усіма членами суспільства значущості інформаційних процесів, досягнення «суцільної» інформаційної компетентності, оволодіння мистецтвом комунікування, що передбачає уміння поводитися з новою інформаційно-комунікативною технікою. Сюди ж включається рівень здатності членів даного суспільства орієнтуватися в різних інформаційних комунікаціях, їх формах і механізмах. Масова інформаційна культура передбачає розвинений стан інформаційно-комунікативних практик та інститутів, що забезпечують єдність і цілісність суспільства, можливість для взаємозв'язку окремих акторів. Важливими компонентами даного типу культури є уніфіковані моделі

та засоби масової інформаційної діяльності, стійкі образи, кліше і коди, які об'єднують людей у процесі їхньої спільної діяльності, складаючи певне смислове, знакове поле, саме те поле, яке для членів даного суспільства в інформаційних процесах сприймається невід'ємною частиною суспільної реальності. Для спостерігача, що належить до іншого соціокультурного поля, інше інформаційне поле постає як семіосфера, яка може проявитися як умовність, слабо обґрунтовані ідеологи, міфи тощо [17, с. 8–79].

Таке розуміння масової інформаційної культури відрізняється від традиційних її тлумачень тим, що не містить негативних оцінок, якими цей тип культури наділяється у вітчизняній і зарубіжній літературі. Справа в тому, що масова культура взагалі і масова інформаційна культура зокрема формуються під потужним впливом масової інформаційної діяльності, здійснюваної за допомогою технічних засобів масової комунікації — друкованих видань, радіо, телебачення, кінематографа, відеоіндустрії, мережевих структур та Інтернету. Серйозні недоліки в їх роботі дають привід для негативних оцінок культури, що виникає і розвивається під їх потужним впливом. Причинами зазначених проблем виступають, з одного боку, швидкість змін у сфері інформаційних засобів, що перевищує можливості її освоєння людиною [13, с. 61]. Але справа не тільки у швидкості змін інформаційної техніки й технологій. Разом з тим, сама соціальна система перебуває у постійному транзитивному стані, переживає зміну колишніх інформаційних практик та інститутів новими.

Слід зазначити, що масова інформаційна культура є показником більш високого, порівняно з попереднім, рівня, досягнутого в масовій інформаційної діяльності. Тому, зведення її лише до негативних моментів є, на нашу думку, неправомірним. Однак не можна заперечувати властивих масовій інформаційній культурі багатьох негативних рис. Їх усунення — одне з найважливіших завдань, у вирішенні якого повинні брати саме живу участь система освіти і держава, фахівці і підприємства, зайняті забезпеченням функціонування масових інформаційних комунікацій в інтересах населення. У практичній діяльності засобів масової комунікації виявляється не тотальне охоплення всього населення, а сукупність сегментованих аудиторій, причому останні, у свою чергу, можуть бути диференційованими за різними підставами: за достатком, статево-віковим критерієм, захопленнями, інтересами тощо [18–20]. Аналіз зазначених підстав не входить до мети і завдання нашого дослідження і здійснюватися тут не буде. Це — окреме дослідження.

Слід враховувати, що масова інформаційна культура завжди пов'язана з ситуацією, в якій знаходяться засоби масової комунікації (ЗМК). Будучи потенційними центрами влади, вузлами політичних комунікацій, а в силу цього — і актуальними владними ресурсами, вони не можуть не перебувати під пильною увагою влади. Тому, якщо самі ЗМК не здатні відігравати автономну роль в інформаційно-комунікативній діяльності та інших соціальних сферах, то вони намагаються захистити себе за допомогою певних інформаційно-комунікативних практик. Вони позиціонують себе як засоби розваг, що доставляють різноманітні задоволення і насолоди. Іноді спостерігається підміна термінів «телебачення», «телеканали», терміном «телевізор», щоб спростувати твердження про те, що телебачення як ЗМК серйозно впливає на життя суспільства, дозволяє керувати ним.

У ході становлення, розвитку й функціонування спеціалізованої, професійно орієнтованої інформаційно-комунікативної діяльності створюється і розвивається спеціалізована інформаційна культура, що представляє собою інтегративну характеристику своєрідності процесів створення, відтворення й розвитку спеціальних (професійних) інформаційних феноменів. Спеціалізована інформаційна культура передбачає, передусім, наявність інформаційно-комунікативних систем, обладнаних відповідною для даного рівня історичного розвитку суспільства інформаційною технікою й технологіями. Під інформаційною системою в даному випадку розуміється розгалужена мережа організацій та установ, функціонування яких пов'язане із забезпеченням тих форм інформаційних взаємодій і процесів, які необхідні фахівцям в їх діяльності. Кожна динамічна комунікативна система на основі своєї структури — елементів і зв'язків (інститути, інституції, механізми тощо) — здійснює комплекс інформаційних процесів, серед яких окремий конкретний процес часто є домінуючим. Такі системи відносяться до спеціалізованих і за домінуючим процесом їх іменують системами встановлення (інститут місіонерства тощо), відтворення (традиції, обряди), розвитку (диференціація, нова техніка і технологія); обмеження (цензура, формалізація, табування), ідентифікації (автокомунікація, оповідальні жанри, ритуали, ідеології).

Обов'язковими компонентами спеціалізованої інформаційної культури є: високий рівень кваліфікації професійних працівників у сфері інформаційних комунікацій; наявність у них розвинених потреб та інтересів, здібностей, навичок і умінь, що дозволяють їм створювати, відтворювати й розвивати спеціальний інформаційний продукт

найвищої якості, який необхідний для ефективного управління підприємствами, організаціями, фірмами, галузями й усією соціальною системою в цілому.

Високоспеціалізована інформаційна культура дозволяє успішно долати різного роду інформаційні бар'єри, мінімізувати виникаючі збої, шуми і перешкоди, обриви зв'язку і т. д. Вона відіграє надзвичайно важливу роль у боротьбі з втратою динамічності й збіднінням інформаційної діяльності, бюрократичною «паперотворчістю», сприяє прискоренню народження нових організаційних і технічних винаходів, їх просуванню у сферу виробництва і соціальну систему в цілому, підвищує ефективність існуючих інформаційно-комунікативних структур. Тим самим, спеціалізована інформаційна культура виступає необхідною умовою науково-технічного й соціального прогресу, тому процесу її формування і розвитку повинна приділятися особлива увага у всіх системах освіти і виховання.

Як справедливо зазначає Г. Галіулліна, спеціалізована інформаційна культура виражається у професійно-орієнтованих здібностях фахівців і діяльності установ та інститутів, які мають безпосереднє відношення до інформаційної діяльності, які існують відносно автономно від решти елементів системи інформаційної культури [21, с. 30–31]. Ця автономність проявляється у самостійному налагодженні особливих каналів зв'язку поза рамками загально-соціальних, масових каналів, у віддаленості цього типу комунікації (субкультури) від інших соціальних суб'єктів специфічними мовами, малозрозумілими неспеціалізованій людині. Разом з тим, кваліфікований фахівець здатний не тільки налагодити контакт, використовуючи специфічну мову, але й порозумітися з іншими професіоналами з його царини і навіть може встановити контакт з неспеціалістом, реалізуючи свій потенціал комунікабельності, застосовуючи навички декодування необхідної інформації.

Ефективність роботи професіоналів значною мірою визначається ступенем організованості і якості інформаційної діяльності, що реалізується на рівнях індивідуального працівника, організації або соціальної групи, всього суспільства в цілому. Обов'язковість розвиненої інформаційної культури для кожного конкретного фахівця диктується сучасним суспільством. Стаючи під впливом процесів глобалізації та інформатизації «великим», суспільство вимагає індивідуальних умінь заявити про себе. Активно пропагувати себе можливо, лише використовуючи сучасні соціокультурні форми і механізми. Це ж стосується і соціальних груп, і особистості, яким, за справедливим зауваженням П. Кондратенка, для

того, щоб відстояти свої інтереси, потрібні інформаційно-комунікативні навички та компетентність, уміння інсценувати й маніфестувати [22, с. 3].

Спеціалізована інформаційна культура передбачає розвинену особистісну інформаційну культуру, до аналізу якої ми тепер звернемося. У даний час спостерігається стрімке зростання значення особистісної комунікативної культури, що формується на основі особистісної комунікативної діяльності. Особистісна комунікативна культура є невід'ємною складовою загальної культури людини. Можна стверджувати, що ефективність індивідуальної діяльності значною мірою залежить від успішності неформальних (критерій неформальності не може виступати єдиним критерієм особистісної комунікативної культури) та міжособистісних контактів, коли дистанція між учасниками зменшується і виникає особлива комунікативна ситуація, відмінна від ситуацій у спеціалізованому й масовому типах комунікативної культури. Про величину наявних тут резервів свідчать результати дослідження конфліктів у різних колективах [23–25]. Конфлікт, що виникає в процесі особистих неформальних контактів, веде до тривалого постконфліктного переживання, що негативно позначається на ході професійної роботи. Конфлікти виникають найчастіше через нетактовні, неадекватні, грубі висловлювання контактерів, що є показником низького рівня їх особистісної інформаційної культури.

Як вважає Д. Белл, сучасна епоха характеризується тим, що в центрі соціальної системи перебувають стосунки «людина-людина» [26, с. 25]. Дану оцінку процесів у сучасному суспільстві можна підкріпити, вказавши на формування і розквіт діалогічної філософії, широке звернення дослідників до теми спілкування в XX і на початку XXI ст. Все це, на наш погляд, пов'язане із зростанням потреби в особистісній комунікативній діяльності, збільшенням частки мікрокомунікацій і автокомунікацій у сучасному суспільстві.

Особистісну інформаційно-комунікативну культуру можна визначити як сукупність комунікативних потреб, творчих здібностей, навичок та умінь, що дозволяють ефективно налагоджувати, встановлювати, підтримувати й розвивати особистісні контакти, зв'язки і на їх основі досягати взаєморозуміння та емпатії між людьми, досягаючи тим самим самовизначення й отримуючи особистісно значущу структуру соціальних зв'язків та інформацію. У структуру особистісної інформаційно-комунікативної культури входять: знання норм і правил, що існують в даному суспільстві і застосовуються в процесі комуні-

кативної діяльності, здатність до адекватної орієнтації як потенціал особистісної комунікативної культури. Важливим елементом особистісної інформаційно-комунікативної культури є компетентність, яку можна визначити як систему внутрішніх інформаційних ресурсів, необхідних для побудови ефективної комунікації у певному колі особистісних взаємозв'язків. Особистісна комунікативна культура має інваріантні загальнолюдські характеристики, але їй притаманні особливі історично і культурно обумовлені риси.

Як висновок зазначимо, що інформаційно-комунікативна культура — це феномен, що історично розвивається. Кожна епоха породжує свої способи інформаційно-комунікативної діяльності, яким відповідає своя форма інформаційно-комунікативної культури. Багато таких способів і різновидів зникли, інші закріпилися як загальнолюдські норми комунікування і взаємозв'язки між людьми і стали своєрідною мірою ступеня розвиненості особистісної інформаційно-комунікативної культури. Але в будь-яку епоху інформаційно-комунікативна культура була важливим елементом механізму соціальної комунікації. Досягнення взаєморозуміння і співчуття, гармонійної інтегрованості в конкретне співтовариство є її головним показником.

#### **Список використаних джерел:**

1. Корниенко Н. Приглашение к Хаосу. Театр (Художественная культура) и синергетика. Попытка нелинейности / Нэлли Корниенко: монография / пер. с укр.—К.: НЦТИ им. Леся Курбаса, 2010.—277 с.
2. Людина. Мова. Культура: матеріали Міжнар. наук. конф. (до Міжнар. дня філос. ) / Горлів. держ. пед. ін-т інозем. мов, каф. філос. і політол.; [відп. ред. С. П. Балінченко].—Горлівка: Вид-во ГДПІМ, 2010.—151 с.
3. Культура в сучасних трансформаційних процессах: монографія / М. М. Бровко та ін.; відп. ред.: Бровко М. М. ].—Ніжин: Аспект-Поліграф, 2011.—395 с.
4. Хайрулліна Ю. О. Світоглядна культура особистості: монографія / Ю. О. Хайрулліна; за наук. ред. д-ра філос. наук, проф. В. П. Бега.—К.: Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2012.—241 с.
5. Компанцева Л. Концепт «Информационное общество» как когнитивная основа изменений языковой картины мира современного общества / Лариса Компанцева [Электронный ресурс].—Режим



- доступа: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Nz/89\\_1/statti/56.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Nz/89_1/statti/56.pdf).
6. Кумеда Т. А. Концепт «картина світу» як об'єкт гуманітарних досліджень / Кумеда Т. А. // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / гол. ред. В. М. Вашкевич.—К.: ВІР УАН, 2012.—Випуск 65 (№ 10).—С. 210—214.
  7. Михайловский В. Н. Формирование научной картины мира и информатизация / Михайловский В. Н.—СПб.: Изд-во Санкт-Петербургской кафедры философии РАН, 1994.—145 с.
  8. Громыко А. Л. Политические режимы: сущность, исторические формы и реальная практика: монография / Громыко А. Л.—М.: Знание, 2003.—365 с.
  9. Виходець О. М. Соціальні комунікації в культурі української організації: монографія / О. М. Виходець.—О.: Олтех, 2010.—285 с.
  10. Соціальні комунікації: результати досліджень—2011: монографія / Гавра Д. П. та ін.; за ред. О. М. Холода.—К.: КиМУ, 2012.—439 с.
  11. Келле В. Ж. Личность и культура в системе цивилизационных механизмов / В. Ж. Келле // Многомерный образ человека: Комплексное междисциплинарное исследование человека.—М.: Наука, 2001.—С. 150—168.
  12. Пилипенко С. Г. Основні дилеми культури в сучасному інформаційному просторі / С. Г. Пилипенко // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Философия. Культурология. Политология. Социология». —Т. 24 (63).—2011.—№ 1.—С. 146—151.
  13. Тоффлер Э. Футурошок / Э. Тоффлер.—СПб.: Лань, 1997.—461 с.
  14. Висоцька О. Є. Комунікація як основа соціальних перетворень (у контексті становлення постмодерного суспільства): монографія / О. Є. Висоцька.—Д.: Інновація, 2009.—316 с.
  15. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / Горовий В.—К.: НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2010.—360 с.
  16. Дзьобань О. П. Філософія інформаційних комунікацій: монографія / О. П. Дзьобань.—Х.: Майдан, 2012.—224 с.
  17. Лотман Ю. М. Семиосфера / Ю. М. Лотман.—СПб.: Искусство-СПБ, 2000.—704 с.

18. Засоби масової комунікації: формуванні інформаційного суспільства: монографія / Горевалов С.І. та ін.—К.: КиМУ, 2010.—320 с.
19. Кузнецова О.Д. Засоби масової комунікації / О.Д. Кузнецова. — 2-ге вид., перероб. й доп. — Л.: ПАІС, 2005. — 200 с.
20. Засоби масової інформації як один із чинників формування громадянського суспільства: наук. дослідж., док. і матеріали / Березовська О. В. та ін.; упоряди.: В. Щербатюк, О. Березовський; відп. і наук. ред. В. Щербатюк. — К.: Синопис, 2010. — 142 с.
21. Галиуллина Г. С. Информационная деятельность в свете научных коммуникаций в посттоталитарном обществе: методологический аспект: дис.... доктора филос. наук: 09.00.11 / Галиуллина Галима Садыковна. — Челябинск, 1998. — 291 с.
22. Кондратенко П. Б. Коммуникационная деятельность как организация социального пространства / П. Б. Кондратенко. — Хабаровск: Изд-во ХГТУ, 2001. — 104 с.
23. Аfenченко Г. В. Роль засобів комунікації в подоланні соціальних конфліктів / Г. В. Аfenченко // Вісник Харківської державної академії культури. — 2012. — Вип. 37. — С. 196—204.
24. Максимець Ю. В. Шляхи подолання конфліктних ситуацій на підприємстві / Ю. В. Максимець, В. М. Дадак // Науковий вісник НЛТУ України. — 2013. — Вип. 23.10. — С. 372—376.
25. Власенко І. А. Проблема внутрішньоособистісного конфлікту в контексті психологічних досліджень особистості / І. А. Власенко // Проблеми сучасної психології. — 2013. — Вип. 21. — С. 46—56.
26. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. — М.: Academia, 1999. — 668 с.

Стаття надійшла до редакції 15.01.2014 р.

Прудникова Е. В. К проблеме типологизации информационной культуры

Рассмотрены отдельные критерии классификации информационной культуры. Показано, что информационно-коммуникативная культура—это исторически развивающийся феномен, каждая эпоха порождает свои способы информационно-коммуникативной деятельности, которым соответствует своя форма информационно-коммуникативной культуры.

Ключевые слова: культура, информационная культура, коммуникация, информация.

Prudnikova E.V. To the problem of typology of information culture

The several criteria for the classification of information culture. It is shown that the information-communicative culture—a phenomenon that has historically evolved, each era creates its own ways of information and communication activities, which has its own form of information and communication culture.

Keywords: culture, information culture, communication, information.

© Прудникова О. В., 2014